

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## Budweiser Brewing Company APAC Limited

百威亞太控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1876)

### 截至2023年3月31日止三個月的 未經審核業績

百威亞太控股有限公司(「百威亞太」或「本公司」，連同其附屬公司為「本集團」)的董事會(「董事會」)宣佈本公告隨附本集團截至2023年3月31日止三個月的未經審核業績。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，截至2023年3月31日止三個月的未經審核業績乃根據本集團內部記錄及管理賬目所編製，未經獨立核數師審閱或審核。

股東及潛在投資者買賣本公司證券時不應過份依賴未經審核業績並須謹慎行事。

承董事會命  
百威亞太控股有限公司  
聯席公司秘書  
華百恩

香港，2023年5月4日

於本公告日期，本公司董事會包括聯席主席兼執行董事楊克先生、聯席主席兼非執行董事鄧明瀟先生(John Blood先生及David Almeida先生為其替任董事)、非執行董事Katherine Barrett女士及Nelson Jamel先生(John Blood先生及David Almeida先生為彼等的替任董事)，以及獨立非執行董事郭鵬先生、楊敏德女士及曾瓊璇女士。



Budweiser Brewing Company APAC Limited  
百威亞太控股有限公司

新聞稿

香港 / 2023年5月4日 / 香港時間上午7時正

## 百威亞太2023年前三個月業績報告

「在2023年前三個月，中國復甦趨勢走強，韓印兩國持續成長，使我們實現營收和獲利雙位數增長。在收入管理措施和品牌高端化的持續推動下，我們在三大市場均實現每百升收入增長，且均獲得健康的市場份額增加。」

—楊克，首席執行官及聯席主席

### 銷量

**22,075十萬公升啤酒**  
**+9.1%<sup>1</sup>**

在中國經濟強勁復甦以及韓國及印度持續增長的帶動下，2023年第一季度總銷量增加9.1%。

### 銷售成本

**848百萬美元**  
**+14.8%**

受預期商品價格上漲(部份被成本計劃抵銷)影響，於2023年第一季度，銷售成本增加14.8%，每百升銷售成本增加5.2%。

### 正常化每股盈利<sup>3</sup>

**2.27美分**

正常化每股盈利由2022年第一季度的2.30美分下降至2023年第一季度的2.27美分。每股基本盈利由2022年第一季度的2.28美分下降至2023年第一季度的2.25美分。

### 收入

**1,702百萬美元**  
**+12.9%**

受收入管理措施及持續品牌高端化所推動，2023年第一季度收入增長12.9%及每百升收入增長3.5%。

### 正常化除息稅折舊攤銷前盈利<sup>2</sup>

**580百萬美元**  
**+10.4%**

於2023年第一季度，在業務復甦帶動下，正常化除息稅折舊攤銷前盈利提高10.4%。在商品價格上漲和2022年第一季度一次性資產出售收益的影響下，正常化除息稅折舊攤銷前盈利率下降78個基點至34.1%。

### 正常化溢利

**300百萬美元**

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2022年第一季度的304百萬美元下降至2023年第一季度的300百萬美元，錄得下降1.3%。百威亞太股權持有人應佔溢利由2022年第一季度的302百萬美元下降至2023年第一季度的297百萬美元。

請參閱本新聞稿第2頁的附註1至3，以及本新聞稿結尾的重要事項及免責聲明。



## 管理層意見

2023年第一季度業績表現說明了今年將是令人振奮的一年。中國業務回歸復甦，推動雙位數收入擴張。我們在中國的銷量、收入和除息稅折舊攤銷前盈利均增長至超越疫情前水平。高端及超高端收入獲得雙位數增長，確認品牌高端化的趨勢。韓國和印度繼續實現收入雙位數增長並取得市場份額。

表1. 綜合業績(百萬美元)

	2023年 第一季度	2022年 第一季度	內生增長 <sup>1</sup>
總銷量(十萬公升)	22,075	20,231	9.1%
收入	1,702	1,632	12.9%
毛利	854	833	11.1%
毛利率	50.2%	51.0%	-81個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 <sup>2</sup>	580	570	10.4%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	34.1%	34.9%	-78個基點
正常化除息稅前盈利	418	394	15.1%
正常化除息稅前盈利率	24.6%	24.1%	46個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	297	302	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	300	304	
正常化每股基本盈利(以美分計) <sup>3</sup>	2.27	2.30	

中國業務復甦，加上韓國和印度業務表現的進一步推動，總銷量增加9.1%。在收入管理措施及持續品牌高端化帶動下，每百升收入增加3.5%，收入隨之增加12.9%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長10.4%。

<sup>1</sup> 除非另有說明，否則本文件呈列的增長率乃基於內生增長數據，並指2023年第一季度與去年同期比較數據。有關(i)內生增長及(ii)呈報(計及貨幣影響及適用範圍變化後)增長數字之間的比較，請參閱附件一。另請參閱本新聞稿結尾的重要事項及免責聲明。

<sup>2</sup> 正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務收入淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)及(vi)折舊、攤銷及減值。更多資料請參閱本新聞稿「股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬」一節。

<sup>3</sup> 正常化每股盈利使用百威亞太股權持有人應佔正常化溢利除以發行在外股份加權平均數(於2023年第一季度及2022年第一季度分別為13,217,495,956股股份及13,221,467,605股股份)計算。



## 業務回顧

---

### 亞太地區西部

我們的銷量增長9.0%，收入增長12.7%，每百升收入增加3.4%，而正常化除息稅折舊攤銷前盈利則增加11.6%。

#### 中國

中國銷量增加7.4%。我們在1月的業績受到中國農曆春節較往年提早10日和餐飲渠道逐步回復的影響。但2、3月份起全面在各渠道、各級城市銷量復甦強勁，遠超疫情前水平，市場份額進一步增長。高端及超高端類別銷量比重持續提高，證實高端化策略的有效實施。

受益於高端化及收入管理措施帶動下，百威及超高端收入較去年實現雙位數增長，收入增加10.9%，同時每百升收入也增加3.2%。營收恢復使正常化除息稅折舊攤銷前盈利提高12.6%，遠超疫情前水平。

在數位化方面，我們的B2B經銷商與客戶互動平台BEES已擴展至超過180個城市，約佔我們3月份中國收入的40%。

產品創新方面，百威創新產品包括金尊和黑金，實現強勁的雙位數增長。此外，我們於近期推出最新創新產品Harbin Icy Genuine Draft，是一款令消費者感受即刻冰涼、神清氣爽的啤酒，再次體現我們如何迎合對新產品、多元化飲酒體驗的殷切需求。

#### 印度

由於我們持續取得市場份額以及領導高端類別，銷量實現強勁的雙位數增長。高端和超高端類別亦實現強勁的雙位數增長，同時帶動收入雙位數大幅增長。

### 亞太地區東部

我們的銷量增長10.0%，收入增長13.8%，每百升收入增加3.5%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加2.6%。



## 韓國

我們在餐飲渠道及零售渠道的市場份額均有所增加，銷量因此錄得雙位數增長。每百升收入錄得中單位數增長，推動收入實現雙位數增長。因此，在營收積極增長、部份被原材料成本上漲和營銷投資增加所抵銷的影響下，除息稅折舊攤銷前盈利錄得中單位數增長。我們最新推出了Cass營銷活動，激發消費者共鳴，凝聚人心共力，以及HANMAC品牌的「柔和去烈、醇和妙感、與眾不同」全方位營銷活動。

## 環境、社會及管治

---

在亞太地區，RE100覆蓋率達到約50%。我們加快發展腳步，將釀酒廠產生太陽能連通中國國家電網，南昌和南通釀酒廠是2023年第一季度連通的釀酒廠。此外，中國三家釀酒廠獲中華人民共和國工業和信息化部、水利部、國家發展和改革委員會以及國家市場監督管理總局聯合頒發《水效領跑者》，進一步體現我們在啤酒業用水管理的領先地位。

公司利用旗下經典品牌科羅娜( Corona )的影響力打造了新穎的「鄉村振興」閉環商業模式：通過科羅娜青檸專案教授四川省安岳縣當地農民種植青檸，在助力其收穫超過235,000公斤青檸的同時，也為中國消費者帶來更好的科羅娜配青檸的品牌儀式體驗。這一創舉贏得了多個社會影響力和品牌大獎的認可，其中包括由Spikes Asia頒發的2023創意商業大獎金獎。

我們亦於2月份將董事會審核委員會升格為審核及風險委員會，並設立風險委員會負責管理工作。

誠摯歡迎閣下參加我們於2023年5月15日(星期一)下午三時正(香港時間)舉行的ESG網絡直播會。有關詳情，請瀏覽我們的網站<https://budweiserapac.com/ch/upcoming/index.html>。



## 百威亞太綜合財務資料

表2. 百威亞太綜合收益表( 百萬美元 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度	內生增長
總銷量( 十萬公升 )	22,075	20,231	9.1%
收入	1,702	1,632	12.9%
銷售成本	(848)	(799)	-14.8%
毛利	854	833	11.1%
銷售、一般及行政開支	(466)	(479)	-5.5%
其他經營收益	30	40	-17.5%
正常化經營溢利( 正常化除息稅前盈利 )	418	394	15.1%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(4)	(3)	
財務收益淨額	2	1	
分佔聯營公司業績	4	1	
所得稅開支	(115)	(85)	
期內溢利	305	308	
非控股權益應佔溢利	8	6	
百威亞太股權持有人應佔溢利	297	302	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	580	570	10.4%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	300	304	

### 銷量

2023年第一季度總銷量增加9.1%，主要由於中國經濟復甦以及韓國及印度持續增長。

### 收入

受收入管理措施及持續品牌高端化所推動，2023年第一季度收入增長12.9%及每百升收入增長3.5%。

### 銷售成本

受商品價格上漲的影響，於2023年第一季度，銷售成本增加14.8%，每百升銷售成本增加5.2%，部份被持續成本管理措施及優化採購所抵銷。

### 銷售、一般及行政開支

中國春節活動較往年提早10日，導致期內銷量及營銷投資降低，於2023年第一季度，銷售、一般及行政開支下降5.5%。



## 其他經營收益

於2023年第一季度，其他經營收益下降17.5%，乃由於2022年的一次性釀酒廠出售所引致。

## 除息稅前盈利附加非基礎項目

表3. 除息稅前盈利附加非基礎項目( 百萬美元 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度
重組	(4)	(3)
對經營所得溢利的影響	(4)	(3)

## 正常化溢利及溢利

表4. 百威亞太股權持有人應佔正常化溢利( 百萬美元 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	297	302
除稅前非基礎項目	4	3
非基礎稅項	(1)	(1)
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	300	304

## 每股盈利

表5a. 每股基本盈利( 美分 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度
每股基本盈利	2.25	2.28
除稅前非基礎項目	0.03	0.02
非基礎稅項	(0.01)	—
正常化每股基本盈利	2.27	2.30

表5b. 每股攤薄盈利( 美分 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度
每股攤薄盈利	2.24	2.28
除稅前非基礎項目	0.03	0.02
非基礎稅項	(0.01)	—
正常化每股攤薄盈利	2.26	2.30



## 股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬

表6. 正常化除息稅折舊攤銷前盈利與百威亞太股權持有人應佔溢利之間的對賬( 百萬美元 )

	2023年 第一季度	2022年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	297	302
非控股權益	8	6
<b>期內溢利</b>	<b>305</b>	<b>308</b>
所得稅開支( 不包括非基礎項目 )	116	86
分佔聯營公司業績	(4)	(1)
財務收益淨額	(2)	(1)
非基礎項目所得稅利益	(1)	(1)
除息稅前盈利附加非基礎項目	4	3
<b>正常化除息稅前盈利</b>	<b>418</b>	<b>394</b>
折舊、攤銷及減值	162	176
<b>正常化除息稅折舊攤銷前盈利</b>	<b>580</b>	<b>570</b>

正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務收入淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目( 包括非基礎成本 )；及(vi)折舊、攤銷及減值。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法，且不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且百威亞太對正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利的定義可能無法與其他公司的進行比對。



## 附註

為方便理解百威亞太的相關表現，除非另有說明，否則對增長的分析(包括本新聞稿中的所有評論)均基於內生增長及正常化數字。換言之，財務數據經過分析以消除有關換算海外業務的貨幣轉換及適用範圍變化的影響。適用範圍變化指管理層不視作屬於業務相關表現的收購及資產剝離、業務的創立或終止或分部之間業務轉移、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

不論何時於本文件呈列，所有績效計量(除息稅折舊攤銷前盈利、除息稅前盈利、溢利、稅率、每股盈利)均按「正常化」基準呈列，即指於扣除非基礎項目前呈列(除另有說明外)。非基礎項目是百威亞太正常業務活動中不定期產生的收益或開支。由於該等項目的大小或性質對理解百威亞太的相關可持續表現十分重要，因此該等項目須單獨列賬。正常化計量是管理層採用的額外計量指標，不應取代根據國際財務報告準則釐定的計量指標，成為百威亞太表現的指標。

具體而言，正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且本集團的定義可能無法與其他公司的進行比對。

由於四捨五入的關係，數字相加後未必等於總和。

### 法律免責聲明

本新聞稿載有「前瞻性陳述」。該等陳述乃基於百威亞太管理層目前對未來事件及發展的預期和觀點，自然會受到不確定性及環境變化的影響。前瞻性陳述包括通常包含「可能會導致」、「預期會」、「將繼續」、「預料」、「預計」、「估計」、「預測」、「或會」、「可能」、「可」、「相信」、「預期」、「計劃」、「潛在」、「我們旨在」、「我們的目標」、「我們的願景」、「我們擬」等字眼或詞彙或類似表述的屬前瞻性的陳述。歷史事實以外的所有陳述均為前瞻性陳述。閣下不應過份依賴該等前瞻性陳述，其反映了百威亞太管理層目前的觀點，受有關百威亞太的眾多風險及不確定性影響，且取決於諸多因素，其中部份因素不在百威亞太的控制範圍之內。重要因素、風險及不確定性可能導致實際結果大相逕庭，包括但不限於COVID疫情的影響與其影響和時長方面的不確定性，以及百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2022年度報告和百威亞太已公開的其他文件所述與百威亞太有關的風險及不確定性。其他未知或不可預測的因素可能會導致實際結果與前瞻性陳述存在重大差異。

前瞻性陳述應與其他地方所載其他警告聲明一併閱讀，包括百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2022年度報告及百威亞太已公開的任何其他文件。該等警告聲明完全適用於本通訊中所作的任何前瞻性陳述，無法保證百威亞太預期的實際結果或發展將得以實現，或者即使基本實現，會對百威亞太或其業務或營運產生預期後果或影響。除法律要求外，百威亞太概不承擔由於新信息、未來事件或發展或其他原因而公開更新或修訂任何前瞻性陳述的責任。



Budweiser Brewing Company APAC Limited  
百威亞太控股有限公司

新聞稿

香港 / 2023年5月4日 / 香港時間上午7時正

電話會議

2023年5月4日(星期四)

香港時間上午11時30分

有關撥號資料的詳情，請瀏覽我們的網站 <https://budweiserapac.com/ch/upcoming/index.html>

#### 關於百威亞太控股有限公司

百威亞太控股有限公司(「百威亞太」)是亞太地區最大的啤酒公司，在高端及超高端啤酒分部中佔據領導地位。公司釀製、進口、推廣、經銷及出售超過50個啤酒品牌組合，包括百威®、時代®、科羅娜®、福佳®、凱獅®及哈爾濱®。近年，百威亞太業務已擴展至即飲飲料、能量飲料及烈酒等啤酒以外的新類別。百威亞太通過其當地附屬公司，在主要市場開展業務，包括中國、韓國、印度及越南。百威亞太的總部設於中國香港特別行政區，於亞太地區營運47家釀酒廠，並僱用超過25,000名員工。

百威亞太於香港聯交所上市，股份代號為「1876」，屬根據開曼群島法律註冊成立，屬恒生指數成份股。本公司為位於比利時魯汶的泛歐交易所上市公司Anheuser-Busch InBev的附屬公司，其擁有超過600年的釀酒歷史及龐大的全球業務。

有關更多詳情，請訪問我們的網站：<http://www.budweiserapac.com>。



## 附件一 — 內生及呈報增長數字

增長%	百威亞太		亞太地區西部		亞太地區東部		中國	
	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報
<b>2023年第一季度</b>								
銷量	9.1%	9.1%	9.0%	9.0%	10.0%	10.0%	7.4%	7.4%
每百升收入	3.5%	-4.4%	3.4%	-4.8%	3.5%	-2.6%	3.2%	-5.0%
收入	12.9%	4.3%	12.7%	3.7%	13.8%	7.1%	10.9%	2.0%
正常化除息稅折舊攤銷前 盈利	10.4%	1.8%	11.6%	2.4%	2.6%	-2.6%	12.6%	3.5%